

# 2003年3月期中間決算説明会

2002年11月27日

## 業績予想に関する注意事項

この資料の数値のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載にかかわるものは、将来の業績にかかる予想値であり、それはいずれも、現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎に算出されたものです。従いまして、かかる予想値は、リスクや不確定要因を含むものであって、現実の業績は諸々の要因により、かかる予想値と異なってくる可能性があります。かかる潜在的リスクや不確定要因としましては、主要市場の経済状況および製品需要の変動、為替相場の変動、国内外の各種規制ならびに会計基準・慣行などの変更等が含まれます。

トピックス「重点7分野の動向」  
(商品分野別実績と今期の見通し)

# 当社の商品構成

- **重点7分野**

(乳飲料/ティー、ヨーグルト、デザート、チーズ、栄養食品、業務用食品、機能素材)

今後の成長が期待でき、収益性も高い。最も重点を置く分野。

- **低採算分野**

(牛乳、冷菓、果汁飲料)

現時点の収益性は低いが、今後マーケティング力強化および合理化により改善を図る。

- **安定収益分野**

(クリープ、乳酸菌飲料)

成長はあまり期待できないものの、安定的に収益に貢献。

# 重点7分野の拡大

乳飲料・ティー

カップ飲料のブランド強化、増産体制

ヨーグルト

ラクトフェリンヨーグルトの育成、プロヨーグルトの強化

デザート

高付加価値デザート（焼プリン、鉄人シリーズなど）の拡大

チーズ

スライスチーズなど主力商品のシェア及び業務用分野の拡大

栄養食品

育児粉乳のシェア拡大、クリニコ事業の強化

業務用食品

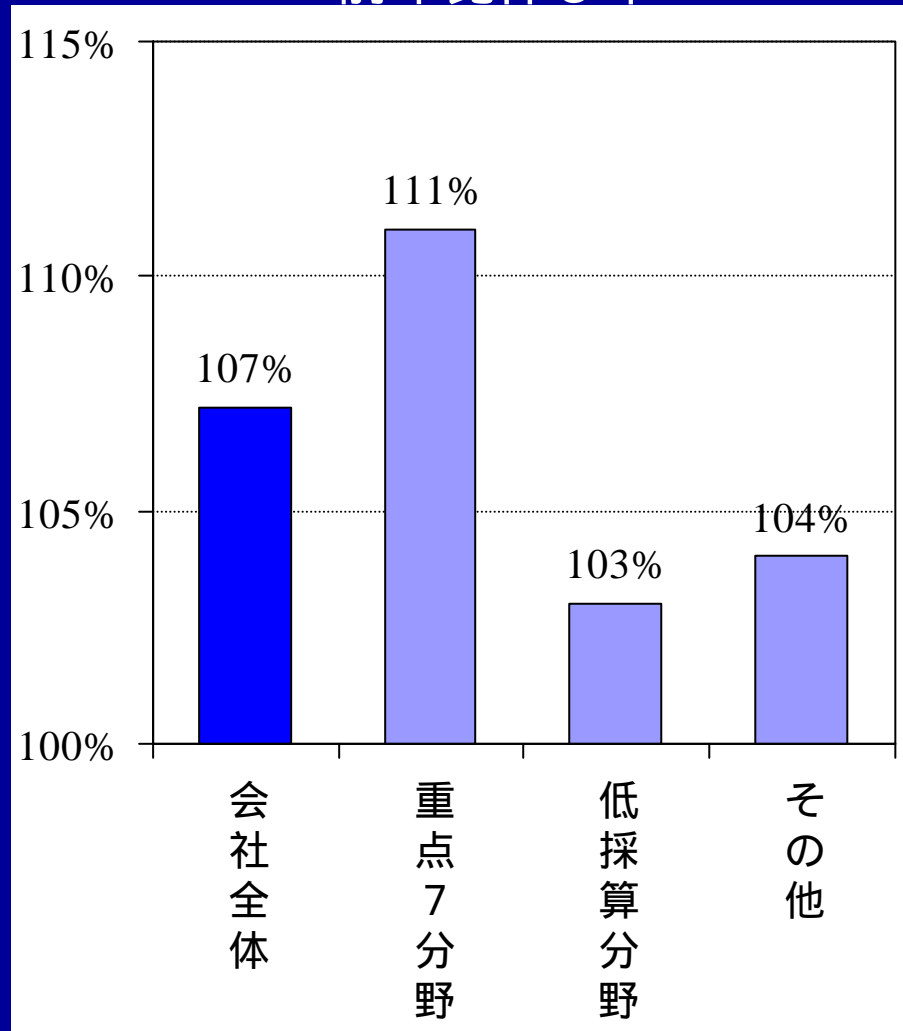
チーズ、生クリームの拡大、商品開発強化と生産体制充実

機能素材

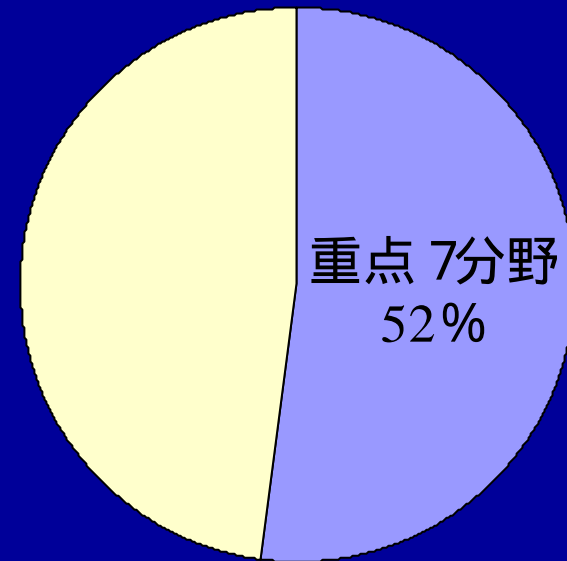
乳素材の開発および販売強化、ピュアスターの販売体制強化

# 今中間期の売上実績

## 前年比伸び率



## 売上構成比



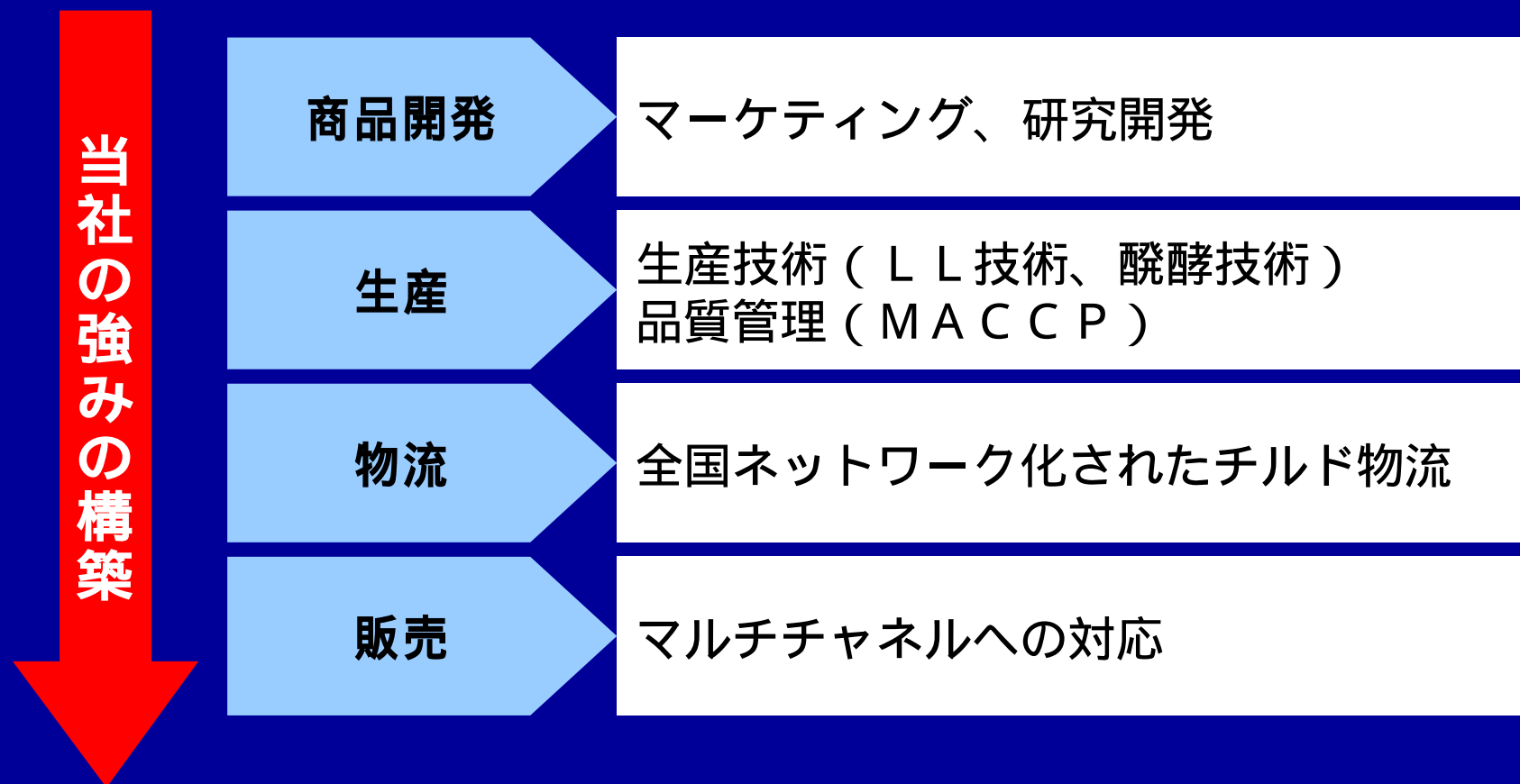
(02年9月末時点)

## 売上構成比の変化

50%	52%
(01/9)	(02/9)

# 長年培ってきた技術、ノウハウが貢献

長年培ってきた技術、ノウハウ（当社の強み）により、当期の重点7分野の業績を達成



# 重点7分野の売上実績

## < 重点7分野 >

ヨーグルト	130%
デザート	111%
チーズ	110%
栄養食品	108%
乳飲料/ティー	105%
機能素材	104%
業務用食品	102%

(数字は対前年同期比)

### 主な要因

- ヨーグルトはTV効果もあり好調。
- デザートは「鉄人シリーズ」が好調。
- チーズは「スライスチーズ」「ナチュラルチーズ」が好調。
- 栄養食品は「育児用粉乳」が好調。
- 乳飲料/ティーは「カフェラッテ」や「TBCシリーズ」などのカップ飲料が好調。

# 今期の主な施策・ポイント

---

- 商品の差別化
  - おいしさ、健康への役立ち
  - 新たなライフスタイルの提案
  - 楽しさ、夢、新たな発見、贅沢感
- プロダクトミックス、カスタマーミックスの改善
  - ヨーグルト、カップ乳飲料をさらに強化
  - CVSウエイトの拡大、宅配・職域・自販機の強化
- チーズ事業の強化
  - チーズ事業部の創設
  - カテゴリーNo.1商品の育成



# 重点7分野 ~ ヨーグルト

---

- 機能性を追求してきた活動の開花
  - ラクトフェリンヨーグルトの認知度向上
  - 特定保健用食品（ビヒダスヨーグルト B B 5 3 6）への注目
  - マスメディアによるヨーグルトの効能
- 注目商品
  - アロエヨーグルト
  - ラクトフェリンヨーグルト
  - ビヒダスヨーグルト B B 5 3 6
- 若い女性のマーケットーによる新商品開発

# ヨーグルトの可能性

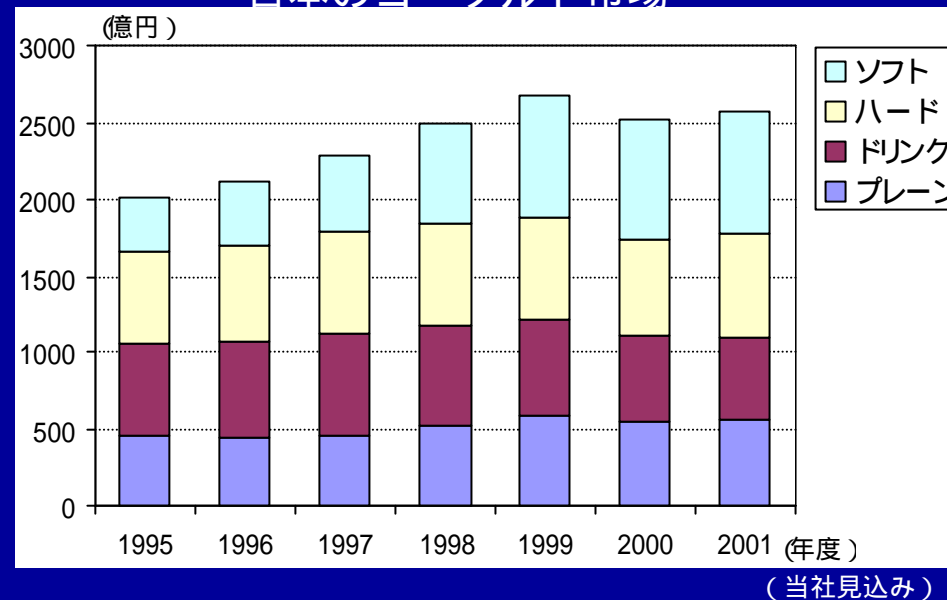
主要各国のヨーグルト消費量推移

	1980	1990	1995	2000
フランス	9.7	16.4	17.8	18.7
ドイツ	7.1	11.2	12.9	15.3
イタリア	1.3	2.9	8.9	9.8
デンマーク	8.8	13.7	16.5	18.1
ベルギー	4.7	6.5	8.7	10.7
オランダ	16.6	21.5	21.8	22.6
英国	1.4	4.5	5.6	8.9
米国	11.7	18.6	21.6	19.4
日本	1.5	3.8	5.3	7.6

単位：年間、一人、kg

(注) 米国の消費量にはフローゼンヨーグルト含む  
 (資料) ZMP、EUROSTAT、USDA、酪農乳業速報等

日本のヨーグルト市場

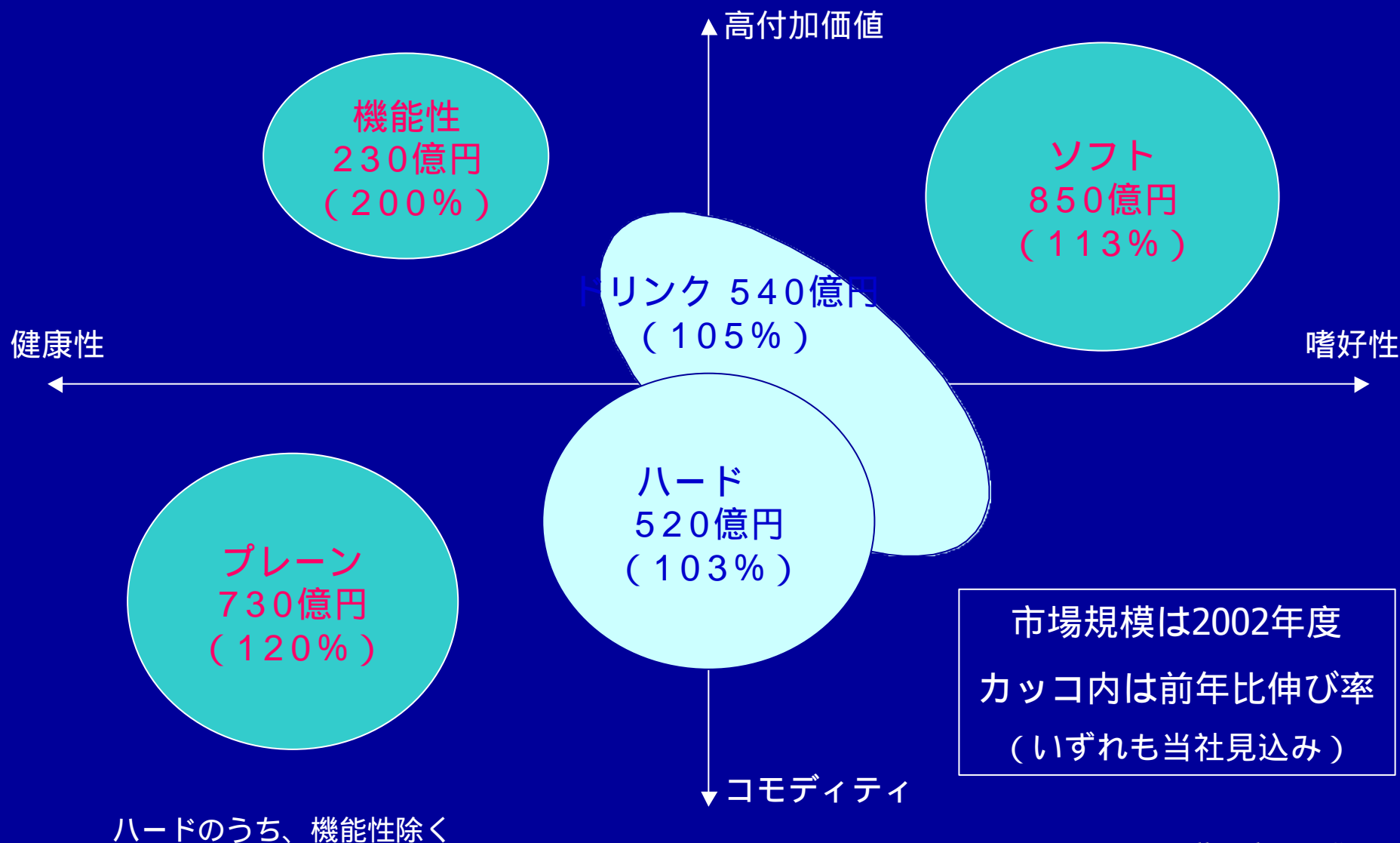


- 日本におけるヨーグルト消費量は欧米諸国の約半分の水準
- 欧米諸国も引き続き増加傾向



- 今後さらに市場が伸びる可能性大

# ヨーグルトポジショニングMAP

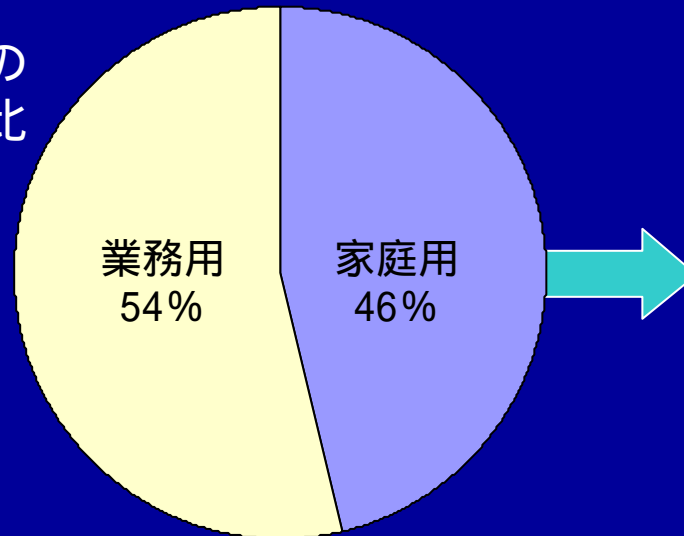


# 重点7分野 ~ チーズ

- チーズ事業部

- 本年11月に設置
- 家庭用チーズ、業務用チーズの研究・開発・販売を強化する
- 研究所・販売部門・グループ関係会社との連携強化を図り事業拡大を目指す

チーズ市場の  
業態別構成比  
(市場全体)



- 家庭用マーケットのテコ入れ
- チーズ事業の拡大

(注) 市場は2001年度

# チーズ事業の将来性

チーズ市場 25.7万 t  
(2001年度) 2,334億円



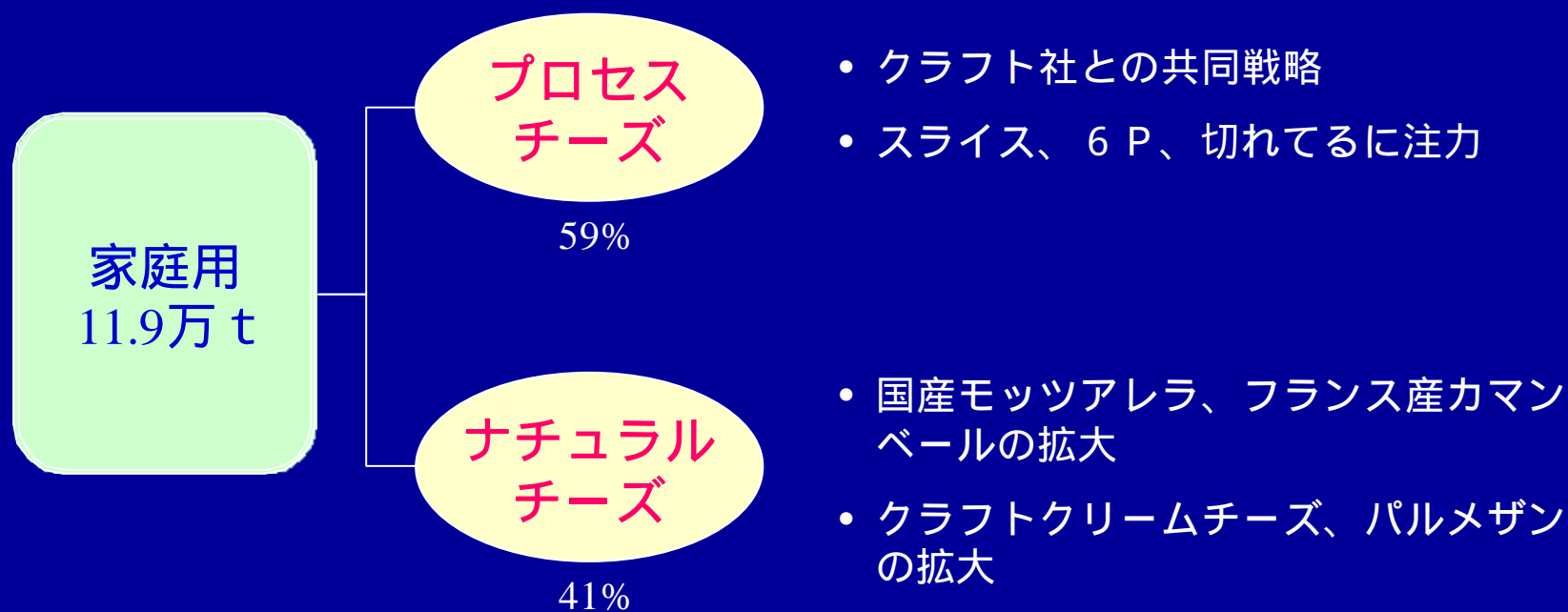
2006年には30万 t へ

需要拡大の  
可能性は高い

- 栄養食品としての認知向上
  - 高タンパク & 高カルシウム
  - がん細胞の抑制効果、二日酔い防止機能
  - 欧州ではBSEの影響で需要増加
- 食のスタイル変化
  - 家庭食の多様化 (和洋中 + 伊、仏 etc.)
  - ワインなどの手軽なおつまみ
  - ピザ用チーズ、モッツァレラチーズ
  - 豊富な商品ラインアップ

# 家庭用チーズ事業

- 研究・開発の強化により、新製品投入を図りシェア拡大
- プロセス、ナチュラルの両カテゴリーでシェアNo.1を目指す

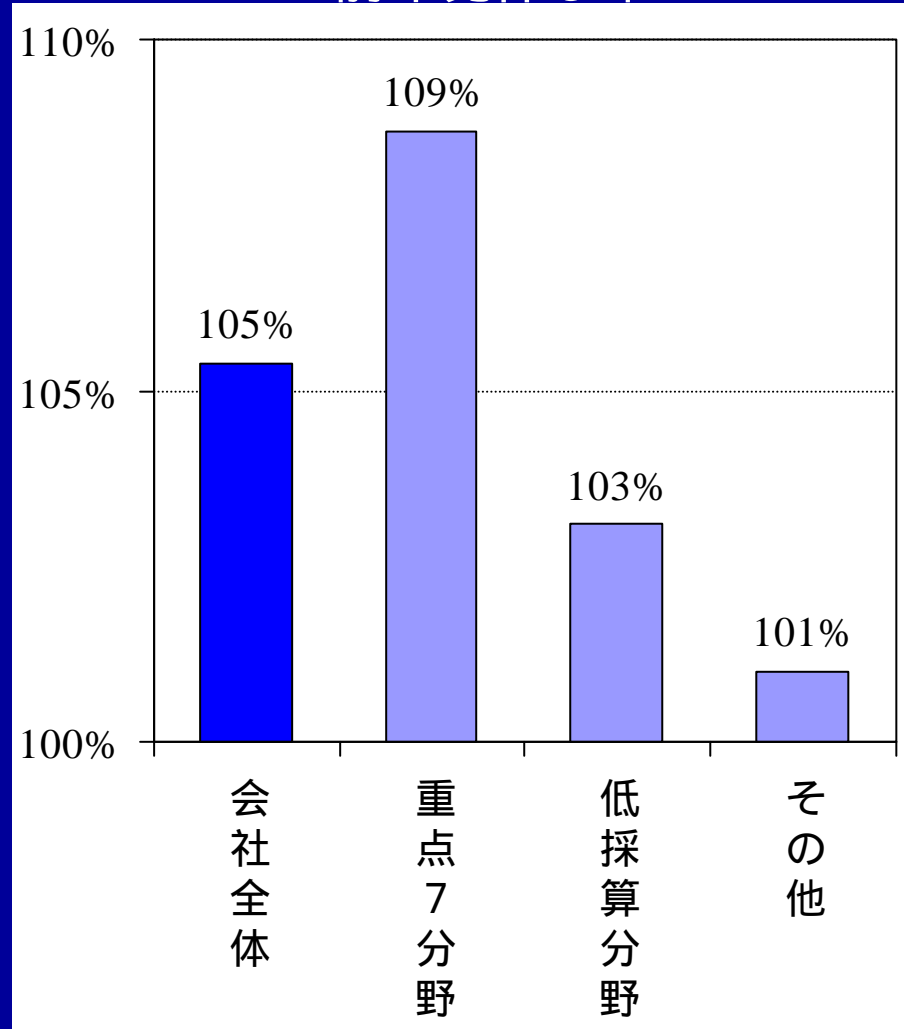


# 重点7分野 ~ カップ飲料・デザート

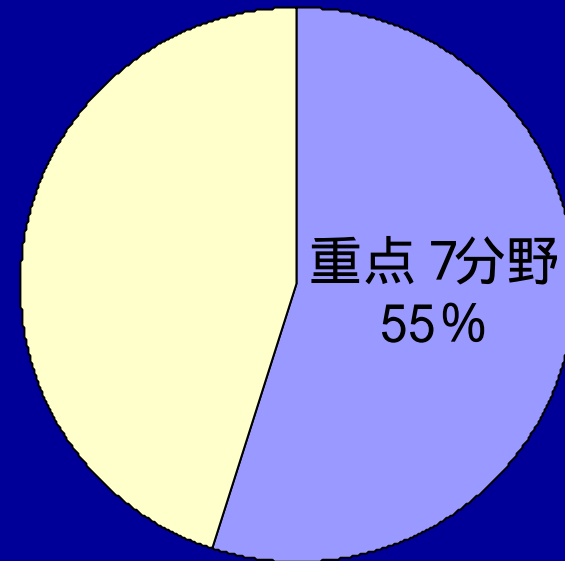
- **カップ飲料**
  - 93年「カフェラッテ」発売、カップ飲料カテゴリーの創出
  - 高品質化で他社と差別化
  - ロングライフ充填技術
  - 現在12種類発売（マウント・レーニア5種、贅沢倶楽部2種、TBC3種、鉄人シリーズ1種、サンキスト1種）
- **デザート**
  - 鉄人シリーズ（石鍋シェフ、道場六三郎）
  - 焼プリンのリニューアル
- **消費者が求める「おいしさ」を商品として提供**

# 重点7分野の今期見通し

## 前年比伸び率



## 売上構成比



(03年3月末時点)

## 売上構成比の変化

52%	55%
(02/3)	(03/3)



# 今期の見通し（連結）

	今期	前期	前期比	（参考） 5月予想
売上高	5,570	5,279	106%	5,430
営業利益	136	107	127%	119
経常利益	144	113	127%	124
当期利益	54	46	118%	46

単位：億円

# 今期の見通し（単独）

	今期	前期	前期比	（参考） 5月予想
売上高	4,600	4,365	105%	4,480
営業利益	94	71	132%	81
経常利益	107	84	127%	92
当期利益	41	28	149%	33

単位：億円

おいしいをデザインする

